

## PONENCIA 15\_09

### ¿Cómo hemos llegado a esto? La percepción de los periodistas madrileños respecto a los problemas que más aquejan a la profesión

### How has *this* come about? The perception of Madrid journalists on the problems that plague the profession

Dra. Susana Herrera Damas [CV]  
Profesora en la Universidad Carlos III de Madrid (UC3M)  
[dherrera@hum.uc3m.es](mailto:dherrera@hum.uc3m.es)

Dr. Carlos Maciá Barber [CV]  
Profesor en la Universidad Carlos III de Madrid (UC3M)  
[cmacia@hum.uc3m.es](mailto:cmacia@hum.uc3m.es)

#### Resumen:

Dicen que cuanto más conocemos las causas, más cerca estamos de las soluciones. El objetivo de la presente ponencia es auscultar la percepción de los periodistas madrileños respecto al estado en el que se encuentra la profesión. Es decir, se trata de indagar en sus apreciaciones para conocer cómo se ven las cosas *desde dentro*, qué problemas se perciben y cuáles de ellos se consideran más graves y disfuncionales. Tras confrontar los recientes datos aportados por 410 encuestas y 30 entrevistas en profundidad a una muestra lo más completa posible de la profesión, la conclusión parece unánime: existe una preocupación bastante extendida en torno a la mayor parte de los problemas planteados. Siguiendo este orden, las mayores inquietudes son las relativas a: a) la precariedad e inseguridad laborales, b) al predominio de los intereses económicos y políticos sobre los periodísticos, c) a la influencia de los índices de audiencia y d) a la falta de autonomía profesional. Con el objeto de enriquecer el análisis, éste se completará con fragmentos ilustrativos de las entrevistas en profundidad para “escuchar” el testimonio de los profesionales, expresado en sus propias palabras. Además, se ofrecerán también los resultados del análisis bivariable, para ver también qué factores resultan más decisivos en las diferentes percepciones.

#### Abstract:

It is said that the more we know about the causes, the closer we are to solutions. The aim of this paper is to listen to the Madrid journalists' perception regarding the status of the profession. That is, to see how things look from within, what problems are perceived and which ones are considered more severe and dysfunctional. After confronting the recent data provided by 410 surveys and 30 in-depth interviews with a sample as complete as possible of the profession, the conclusion seems unanimous: there is fairly widespread concern about most of the problems. Following this order, the mayor concerns are those related to: a) the precariousness and insecurity, b) the predominance of economic and political interests above the journalistic ones, c) the influence of ratings and d) the lack of professional autonomy. In order to enrich the analysis, illustrative excerpts from in-depth interviews will also be presented, so as to "hear" the testimony of professionals, expressed in their own words. Moreover, the results of bivariate analysis will also be included, in order to analyze what factors are most decisive in the different perceptions.

**Palabras clave:**

Crisis; problemas; precariedad; periodistas; España

**Keywords:**

Crisis; problems; precariousness; journalists; Spain

**Sumario:**

1. Introducción. 2. Metodología. 3. Resultados. 4. Conclusiones. 5. Bibliografía. 6. Notas

**Summary:**

1. Introduction. 2. Method. 3. Results. 4. Conclusions. 5. Bibliography. 6. Notes

Traducción supervisada por Emerson Mafra  
(Profesor de Inglés en la Universidad Carlos III de Madrid)

**1. Introducción**

Dicen que cuanto más conocemos las causas, más cerca estamos de las soluciones. El objetivo de la presente ponencia es auscultar la percepción que tienen los periodistas madrileños respecto al estado en el que se encuentra la profesión. Es decir, se trata de indagar en sus apreciaciones para conocer cómo se ven las cosas *desde dentro*, qué problemas se perciben y cuáles de ellos se consideran más graves y disfuncionales.

Para ello, algunas de las preguntas a las que trataremos de dar respuesta en las siguientes páginas, son: ¿Cómo afecta el proceso de concentración empresarial de los medios al ejercicio diario del periodismo? ¿Se respeta la autonomía profesional del informador en el desempeño de su función? ¿Cómo se percibe el predominio de los intereses políticos y económicos sobre los periodísticos en el seno de las redacciones? ¿Existe confusión entre el quehacer periodístico con las tareas propias de otros ámbitos laborales? ¿Cómo se percibe el peligro del intrusismo profesional? ¿En qué medida la precariedad y la inseguridad laborales amenazan la salud del colectivo? ¿Es peligrosa para la empresa informativa la influencia crucial de los índices de audiencia? ¿En qué estado se encuentra la conciencia de la responsabilidad social del periodista? ¿Es deficiente el respeto del informador a los principios de la deontología profesional?

Para tratar de resolver estas cuestiones, presentaremos los resultados parciales de una investigación más amplia sobre la ética y la excelencia informativa desde la perspectiva tanto de los profesionales que elaboran la información como de los ciudadanos a los que se destina. Antes, una breve descripción sobre la metodología que hemos utilizado.

## **2. Metodología**

Esta ponencia se inscribe en el proyecto de investigación “Ética y excelencia informativa. La deontología periodística frente a las expectativas de la ciudadanía en Madrid”<sup>1</sup> [1], que comprende tres objetivos básicos:

- a) Elaborar un inventario comparativo de las normas y estándares que configuran doctrinalmente el ejercicio ético del periodismo.
- b) Contrastar dichas normas con el sistema de valores que predomina en los criterios éticos interiorizados por los profesionales de la comunicación.
- c) Comprobar hasta qué punto las normas que existen y el sistema de valores predominante en el seno del colectivo son compartidos por la ciudadanía.

Para alcanzar el segundo propósito, hemos recurrido a dos técnicas de investigación: la entrevista en profundidad y la encuesta. En un primer momento, entrevistamos a 30 profesionales de la comunicación madrileños seleccionados en función de su avalada trayectoria. Diseñamos la muestra con arreglo a diversas variables independientes de manera que toda la profesión se encontrara de algún modo representada. La guía de la entrevista incluyó un total de 26 preguntas que aludían a temas generales, como:

- a) en qué consiste contar la verdad en periodismo;
- b) cómo ha de ser la relación entre el periodista y las fuentes informativas;
- c) cómo se debe ofrecer la información periodística;
- d) cómo tratar a los colectivos históricamente desfavorecidos;
- e) qué queda de la objetividad frente a la ideología de los medios;
- f) qué influencia tiene el poder político;

- g) qué influencia ejercen los anunciantes;
- h) cuáles son los principales conflictos éticos con los que se encuentran los profesionales;
- i) qué opinan sobre los diferentes mecanismos de autorregulación y
- j) otras cuestiones de interés

Encargamos el trabajo de campo al Colegio Oficial de Politólogos y Sociólogos de Madrid. Después, interpretamos los resultados a partir de los audios<sup>2</sup> [2] y de las transcripciones literales del contenido de las entrevistas.

En un segundo momento, completamos este retrato de la profesión con la realización de 410 encuestas *online*, con objeto de obtener datos que se pudieran extrapolar al universo de profesionales de la comunicación de la Comunidad de Madrid. El cuestionario constó de 40 preguntas, estructuradas en las mismas áreas que las previstas para las entrevistas en profundidad. Confeccionamos un censo de posibles entrevistados, tratando de que, al igual que en el análisis cualitativo —aunque con mayores exigencias ahora de rigor estadístico—, toda la profesión estuviese representada.

A continuación, exponemos los resultados de los análisis univariable y bivariable, después de haber triangulado los datos de los estudios cualitativo y cuantitativo para la variable objeto de análisis.

### 3. Resultados

Antes de exponer los resultados, conviene recordar primero las preguntas relacionadas con nuestra variable objeto de estudio —la percepción de los problemas que más aquejan a la profesión— a las que tuvieron que responder los sujetos interrogados. En la parte cualitativa, la cuestión se abordó en realidad en diversas consultas:

- *“¿Qué grado de ascendencia cree que deben tener los poderes políticos sobre los medios públicos y los medios privados?”*
- *“¿Hasta qué punto cree que es admisible la influencia de los anunciantes en el contenido de las informaciones?”*
- *“¿Y la influencia de las empresas del propio grupo empresarial?”*
- *“¿En qué casos cree que se justifica el uso de medios ilícitos para obtener información?”*
- *“¿En qué casos y de qué manera cree que se debe respetar la presunción de inocencia?”*

En el análisis cuantitativo, la pregunta que se planteó a los encuestados fue:

– “¿Cuál su percepción sobre los siguientes problemas que afectan supuestamente a la profesión?”

- a) Precariedad e inseguridad laboral
- b) Concentración de medios de comunicación
- c) Influencia de los índices de audiencia
- d) Predominio de los intereses económicos y políticos sobre los intereses periodísticos
- e) Falta de ética profesional
- f) Confusión con las tareas propias de otros profesionales
- g) Intrusismo profesional
- h) Falta de respeto a la autonomía de los profesionales
- i) Baja conciencia de la responsabilidad social del periodista

En todos los casos, los encuestados se tuvieron que posicionar en una escala que incluía las siguientes cuatro alternativas de respuesta:

- a) Nada importante
- b) Poco importante
- c) Bastante importante
- d) Muy importante

### **3.1. Análisis univariable**

Existe un descontento generalizado ante el estado en el que se encuentra la profesión y una coincidencia muy notable respecto a la inquietud que generan bastantes de los problemas que planteamos. En concreto, los tres más urgentes y disfuncionales son:

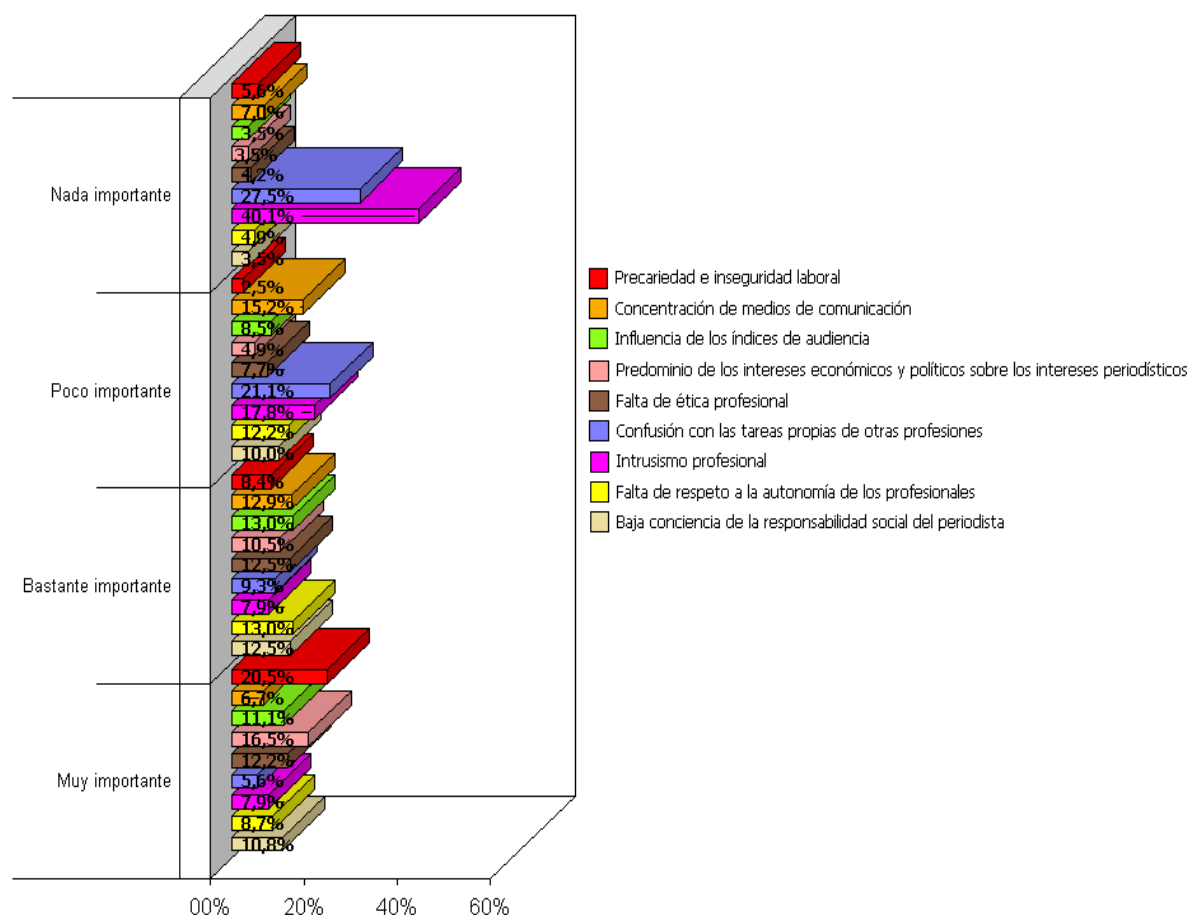
- a) La precariedad e inseguridad laborales
- b) El predominio de los intereses políticos y económicos sobre los periodísticos
- c) La falta de ética profesional

En el lado contrario, los problemas que menos preocupan son los que se refieren al intrusismo profesional y a la confusión con las tareas propias de otras profesiones (Tabla 1, Gráfico 1):

Tabla 1. Percepción respecto a los problemas que afectan a la profesión

	<b>Nada importante</b>	<b>Poco importante</b>	<b>Bastante importante</b>	<b>Muy importante</b>
Precariedad e inseguridad laborales	2,0%	4,4%	32,7%	<b>61,0%</b>
Concentración de medios de comunicación	2,4%	27,1%	50,5%	20,0%
Influencia de los índices de audiencia	1,2%	15,1%	50,7%	32,9%
Predominio de los intereses económicos y políticos sobre los intereses periodísticos	1,2%	8,8%	41,0%	<b>49,0%</b>
Falta de ética profesional	1,5%	13,7%	48,8%	<b>36,1%</b>
Confusión con las tareas propias de otras profesiones	<b>9,5%</b>	37,6%	36,3%	16,6%
Intrusismo profesional	<b>13,9%</b>	31,7%	31,0%	23,4%
Falta de respeto a la autonomía de los profesionales	1,7%	21,7%	50,7%	25,9%
Baja conciencia de la responsabilidad social del periodista	1,2%	17,8%	48,8%	32,2%

Gráfico 1. Percepción respecto a los problemas que más afectan a la profesión



Como se puede ver, el problema que más inquietud genera es el de la precariedad e inseguridad laborales. Casi dos tercios de los periodistas encuestados consideran este trance como “muy importante”. Y si se tiene en cuenta también a los profesionales que destacan esta cuestión como “bastante importante” la proporción asciende al 93,7%. Esta preocupación se repite así mismo de modo transversal en todas y cada una de las entrevistas. En ellas se alude de modo recurrente a una sensación de fragilidad y a una falta de independencia de los profesionales originada por la precariedad en los puestos de trabajo. En la práctica, ambas condiciones parecen ser las causantes de una progresiva degradación de la calidad del producto informativo.

En concreto, la feroz competencia, la excesiva juventud de algunos profesionales, su falta de experiencia, la ausencia de instrucción posterior en la empresa, los bajos sueldos, la urgencia intrínseca a la profesión, la inseguridad por los despidos, la presión

de los superiores y el exceso de tareas son algunos de los elementos que provocan que el aspecto económico de la profesión entre en conflicto con la fundamentación ética o la perspectiva idealista. A juicio de una entrevistada, la explotación laboral es indigna. En este contexto, encontrar el equilibrio entre ambos mundos se perfila como una tarea pendiente.

Ante esta dicotomía y su comprometido equilibrio, detectamos un cierto relativismo moral. El discurso más estricto lo critica. El más flexible, en cambio, lo puede llegar a defender, por considerar que las normas éticas varían y pueden tener distintas aplicaciones. En este sentido, el discurso de que “el fin justifica los medios” aparece de modo recurrente.

A veces lo más disfuncional de la precariedad es que obliga al periodista a compatibilizar su ejercicio con otra clase de ocupaciones, lo que perjudica la calidad de la información que suministra. En todo caso, es delicado juzgar desde fuera. Así lo afirma una entrevistada:

“Si esta profesión no estuviera en la precariedad laboral en la que se encuentra, si el periodista o el profesional pudiera vivir del trabajo que realiza pues creo que con esto basta, ¿no? Pero, como en muchísimos casos no es así, pues a lo mejor hay compañeros y profesionales que tienen que complementar su labor periodística con otro tipo de actividades para llegar a fin de mes”.

Además de la precariedad e inseguridad laborales, la segunda cuestión que más inquieta a los comunicadores madrileños es el predominio de los intereses económicos y políticos sobre los periodísticos. También esta cuestión es importante para casi 9 de cada 10 comunicadores. Cinco de ellos la categorizarían —de hecho— como “muy importante”.

Los resultados coinciden también con los obtenidos en la fase cualitativa, donde observamos un tono muy pesimista en cuanto a la posibilidad de que el periodismo sea independiente, frente a la poderosa influencia de intereses tanto políticos como económicos. En la práctica, se asegura, las presiones proceden de muy variados ámbitos: el Gobierno, los partidos políticos, las grandes agencias de noticias, los grupos empresariales, el anunciante... Y se transmiten también en todos los niveles geográficos<sup>3</sup> [3] y profesionales, desde los puestos directivos a los redactores.

Si analizamos primero el grado de ascendencia de los poderes políticos sobre las empresas informativas, todos los entrevistados coinciden en que éstos no deberían tener ningún tipo de predominio sobre ningún medio, ni público ni privado. Es más: la independencia aparece como el ideal que debería perseguir todo periodismo crítico que quiera servir como contrapoder público frente a los poderes políticos, como argumenta una de las entrevistadas:



“Dentro de las funciones clásicas del periodismo, una es la de vigilar al poder público. El medio de comunicación debe vigilar, sobre todo en el caso de los medios públicos, deben vigilar el trabajo de las instituciones, el trabajo de los políticos, en fin deben cuidar que hagan su labor bien. Entonces, hasta qué punto deben influir, pues no deberían dejarse influir mucho, para hacer su labor bien.... Un medio de comunicación no debería dejarse influir por una tendencia o por otra o por un Gobierno o por otro Gobierno. En la teoría. En la práctica, es lo que te decía de la línea ideológica. Sí todo es muy bonito y no debería tenderse ni a un lado ni a otro, pero luego la realidad empresarial es la que es. Y cada empresa tiene sus pactos y sus historias que son complicadas”.

En este mismo sentido, otro entrevistado reconoce también que “la convivencia entre los poderes políticos y los medios de comunicación, no siempre resulta sencilla”. “Pero además no pasa nada porque no lo sea”, añade. Coincide con el diagnóstico otro interrogado cuando afirma que el trato entre los periodistas y la clase política “es una relación en la que nos necesitamos pero al mismo tiempo no confiamos los unos en los otros”.

La influencia de los poderes políticos sobre los medios se manifiesta de modo patente en un caso: “En los medios públicos creo que es prácticamente imposible que no haya ninguna influencia. Y en los medios privados, imagino que, afortunadamente, tendrán muchísimo menos, pero algo padecerán”<sup>4</sup> [4]. Otro entrevistado participa de esta idea:

“Si recurriéramos a los medios públicos uno tiene la sensación de que, efectivamente, bien porque quien lo dirige es más papista que el Papa, o bien porque efectivamente el Papa se encarga de dar instrucciones a sus fieles, pero el caso es que eso se traslada al final a la antena”.

Así, para cerca de la mitad de los entrevistados, la independencia no es más que un ideal utópico con el que es imposible manejarse a diario, ya que practicarlo sería un “suicidio”. En el lado más extremo, una entrevistada afirma incluso que demasiadas veces siente que el comunicador se ha convertido en “el ventrílocuo de la política”. Para otro periodista han sido los mismos profesionales los que han dado pie a esta situación:

“Los periodistas hemos cometido un error hace años: dentro de lo que era la crispación en política hemos abierto las puertas a ciertos políticos. Y los políticos, al final, resultan insaciables. Y, entonces el político cuando las cosas van bien, pues ‘ja, ja, ji, ji’, pero cuando le van mal se pone muy nervioso, porque eso de perder el coche oficial, la secretaria y las dietas, pues es un poco incómodo y algunos no son partidarios. Y entonces pretende que el periodista escriba al dictado y le juegue el juego, sí o sí. Con lo cual... problemas”.

Desde una perspectiva concreta y ante la pregunta de si les constaba algún caso, pasado o presente, de injerencia informativa indebida sufrido en su medio por parte del equipo de Gobierno autonómico de la Comunidad de Madrid, son pocos los entrevistados que aseguran desconocer algún caso: tan sólo 5 de 30 comunicadores.

Dentro de estos, al menos una entrevistada afirma no atreverse a contestar con sinceridad y otros dos justifican su silencio por encontrarse trabajando en áreas más “suaves” lo que les evita exponerse a estas presiones.

Los 25 restantes están de acuerdo en que las presiones y las injerencias son una práctica muy extendida, que se produce a distintos niveles. En el ámbito nacional, tal vez se ejerzan de manera más indirecta y sutil debido también a que las relaciones son más impersonales y están mediadas por instituciones de mayor tamaño. Otros 2 entrevistados opinan que los gobiernos autonómicos realizan un esfuerzo mayor y más directo para controlar aquellos medios sobre los que tienen algún poder:

“(…) hasta niveles de exagerados, cada político de quinta categoría tiene su jefe de prensa al que paga para que su político salga el primero en la foto, en el titular y bien: esas tres condiciones. Si no consigue ninguna de las tres o una de las tres, ha fracasado. Con lo cual es ‘oye, saca al mío, saca al mío; oye que ha dicho que no sé qué’. Es asfixiante a veces”.

En concreto, 7 comunicadores denuncian abiertamente injerencias sistemáticas por parte del Gobierno regional y subrayan la actual gravedad de esta situación<sup>5</sup> [5]. Para otros 6 periodistas, sin embargo, el gobierno de la Comunidad de Madrid ejerce la misma presión que cualquier otro<sup>6</sup> [6].

En el ámbito local tampoco faltan los problemas:

“Si me apuras, a nivel local es más complicado porque tú cuando estás en una ciudad pequeña, si eres periodista y has hecho una información, es muy normal que, a la hora del aperitivo, te encuentres con el concejal de turno al que has hecho una crítica o algo que no le ha gustado porque has denunciado que el alcantarillado no funciona o que la recogida de basuras es bastante ineficaz. Conozco casos en que los concejales no sólo recriminan o se enfadan, sino que te amenazan y te insultan, porque ahí la cercanía es mucho mayor que en una ciudad, como Madrid, donde es muy improbable que me encuentre con Pedro Solbes después de afirmar que su política económica es una ruina para los españoles, ¿no?”

En este punto, observamos grandes diferencias entre el sosiego o la incomodidad en la respuesta. Los comunicadores ocupados en posiciones intermedias y en medios locales se muestran significativamente más cautos y reacios que los jóvenes que trabajan para medios nacionales. Por lo demás, también hay posturas muy variadas en cuanto a la capacidad de resistir a estas presiones. Por un lado, algunos informadores asumen que nadie es libre y que no es posible eludir las presiones. En el lado contrario, otros defienden que es preciso resistir el empuje, incluso aunque esto suponga perder el puesto de trabajo.

En cuanto a la influencia de los poderes económicos, varios entrevistados certifican la presión que reciben de instituciones, empresas o anunciantes. No obstante, y a diferencia de lo que ocurre con las coacciones políticas, en este caso las injerencias resultan más justificables ya que los profesionales entienden que los medios se financian a través de la publicidad, por lo que no se muestran tan escandalizados con este tipo de influjos.

Con todo, a partir de este denominador común, las opiniones difieren. Para bastantes periodistas, las consecuencias de este hecho son graves: hay demasiadas noticias que se silencian porque son contrarias a los intereses de grandes grupos económicos. Así lo defiende una entrevistada:

“Mira yo estuve elaborando un reportaje de una empresa que cultiva aceite de palma de Sumatra: Palm-hoy se llama. Entonces, los tíos, está comprobado que tienen selvas arrasadas, para plantar ahí aceite de palma. La marca es de Unilever, que tiene también Ariel, Dove... tiene también comida, las Pringels son suyas, tiene un montón de marcas. Mi reportaje arrancaba con un montón de cosas que compré de Unilever, que me fui a comprarlas, las puse ahí y dije: ‘Quiero que me grabes esto y quiero contar que estos productos y esta empresa están arrasando la selva’. Pero fíjate, cuando estaban los cámaras grabando, digo: ‘Voy a hablar con el jefe de informativos, por si acaso’. Se lo conté: ‘Ni se te ocurra, ni se te ocurra, ni se te ocurra...’. Ése es el caso así más bestia que he visto yo. Al final metimos recursillos de las plantas, pero que nos habían mandado ellos, así como que casi no se veían y, bueno, sí que se veían unas cosas de supermercado y ya está”.

La misma entrevistada aporta también el testimonio de un colega de profesión:

“Conozco a un periodista al que un día le estuve preguntando: ‘Oye, y a ti, ¿nunca te han vetado ninguna información?’ (...) Decía: ‘A mí nunca: ni por política, ni por nada’ — es súper independiente— ‘nada, nada. La única vez, por el Corte Inglés. Era una pedazo de castaña a El Corte Inglés y me dijeron: ‘Ni se te ocurra, El Corte Inglés es intocable, intocable’. Tú busca, vete a una hemeroteca y busca alguna información, que diga algo malo de El Corte Inglés que no la vas a encontrar. Nunca, nunca, jamás, nada: es increíble el poder que tiene... Y tienen mierda por un tubo. Yo conozco a gente que trabaja allí y te puedo contar mil historias sindicales; bueno es una cosa...”<sup>7</sup> [7].

A juicio de un entrevistado, esto resulta “inmoral de todo punto”. Pero ocurre. Para otros, la influencia de los anunciantes no es tan decisiva; se trata sólo de una cuestión comercial, que no les afecta de modo especial. Por lo demás, sólo hemos encontrado dos casos en los que los comunicadores afirman que, en su medio, los anunciantes no influyen para nada en las informaciones. En todo caso, un mínimo ético en el que todos los profesionales coinciden es en considerar inadmisibles que los anunciantes alteren el contenido de las informaciones. Interrogado por hasta qué punto puede llegar este tipo de influencias, un reportero responde:

“Pues hasta el punto de que eso no te obligue a silenciar noticias importantes o a sobredimensionar noticias intrascendentes. Voy a poner un ejemplo: que se abra un macrocentro comercial con la mayor pista de esquí privada de Europa, y que eso comporte una campaña de publicidad atroz, no significa que lo primero no sea también una noticia interesante ¿no? La publicidad también es información y puede generar información. Y que eso derive en unos beneficios económicos para la editora y en un beneficio comercial para el anunciante, no lo convierte en más repugnante ni más perverso. Es normal y no pasa absolutamente nada: todo el mundo vende y compra algo hoy en día. Cosa distinta es cuando ese tipo de intereses comerciales tapan u ocultan informaciones interesantes: supongamos que una marca de congelados es el tercer cliente más importante de un medio de comunicación a efectos publicitarios. Y, sin embargo, se descubre que una partida de esa comida congelada ha generado 30 casos de salmonelosis y ha matado a tres niños. En esos momentos, los intereses comerciales y los intereses editoriales están contrapuestos, no hay duda de por dónde hay que tirar, y qué hay que elegir. Pero tampoco hay duda de que ese anunciante intentará que la versión que salga, sea la menos dañina para sus intereses. Se habla y punto. Ya está”.

Los entrevistados reconocen que este tipo de prácticas son más frecuentes de lo que sería deseable: 10 de los 30 entrevistados mencionan casos concretos en los que los medios o ellos mismos se han visto forzados a modificar los contenidos ante la amenaza de perder a algún anunciante importante. Las presiones, se denuncia, muchas veces son indirectas y los casos de autocensura bastante frecuentes. Tres comunicadores relatan que sus superiores les han impedido continuar con la elaboración de un reportaje contrario a los intereses de alguna empresa importante o alguna institución pública. El ejemplo anterior de grandes almacenes cuya política es no aparecer en ninguna información es el caso más paradigmático, y se repite de modo sistemático.

Además, esta situación se hace especialmente grave en los medios privados, que tal como sentencia un entrevistado, se han convertido en “rehenes” de los anunciantes. Este mismo informador muestra su acuerdo con una sentencia que aparece al final de la película “El dilema”, que narra las dificultades de una empresa periodística para denunciar los intereses de la industria tabaquera. En el filme, el protagonista sentencia que la libertad no es para los periodistas, sino que es la de los empresarios, a lo que este periodista añade: “Bueno, eso, en último término, es así”. Para muchos comunicadores, la solución a este problema está en buscar un equilibrio entre la necesidad de ser viables económicamente, sin perder, por otro lado, un mínimo de independencia que les permita ejercer un periodismo digno y de calidad.

Junto a la precariedad e inseguridad laborales y al predominio de los intereses políticos y económicos, los siguientes males que más preocupan son la falta de ética profesional y la influencia excesiva de los índices de audiencia. Ambos se consideran conflictos importantes para más de 8 de cada 10 comunicadores consultados.

La preocupación por el abandono de la ética resulta patente sobre todo en algunas respuestas concretas<sup>8</sup> [8] y, de modo genérico, en las respuestas a la pregunta sobre la legitimidad del uso de medios ilícitos a la hora de obtener una información. En este sentido, podemos encontrar dos grandes grupos: el primero, mayoritario, se muestra más flexible y reconoce que a veces resulta lícito recurrir a estos medios, siempre y cuando, se entiende, se use de forma moderada y con ciertos límites. En este punto, las presiones por la competencia y la urgencia generalizada con que se trabaja aparecen como auténticos “atenuantes”.

Un segundo grupo, menos numeroso, niega de modo radical la posibilidad de justificar estos medios, si bien alguno de sus integrantes prefiere pasar de modo apresurado a la siguiente pregunta. Aún así, también es verdad que con frecuencia los comunicadores comienzan respondiendo con una negativa sobre la que después van añadiendo matices, apoyándose en anécdotas con las que nos sitúan, y se sitúan, ante algunos de los dilemas éticos más recurrentes. Encontramos al menos 8 testimonios que siguen esta trayectoria.

Para la inmensa mayoría de los entrevistados, el objetivo y el contexto en el que se utilicen dichos medios es fundamental para que se consideren o no legítimos. En cualquier caso, todos coinciden en que se trata de un asunto muy delicado y son, sobre todo los casos de denuncia o investigación de delitos graves los que constituyen la principal excepción a la norma. En ellos, el fin —la denuncia pública— puede justificar los medios.

En general, la prensa rosa representa el ámbito periodístico en el que los límites éticos se perciben de manera más difusa, lo que se explica en parte por las fuertes presiones empresariales que reciben los profesionales para obtener la información<sup>9</sup> [9]. Además, la propia naturaleza de los temas tratados se utiliza como coartada para violar el derecho a la intimidad de las personas sobre las que se informa. A su vez, el hecho de que sean los propios personajes públicos los que ponen su vida privada al alcance del ciudadano a cambio de dinero abre una dinámica y un tipo de relación que no se encuentra en ningún otro ámbito del periodismo.

A estos desarreglos, les siguen la falta de autonomía profesional y el fenómeno de la concentración de los medios de comunicación, que preocupan a 8 y a 7 de cada 10 comunicadores, respectivamente. En particular, esta última inquietud plantea un problema muy concreto: el de la influencia de las empresas del propio grupo mediático sobre el contenido de las informaciones. En este punto, los entrevistados se muestran avergonzados por considerar excesivo el espacio destinado a promocionar las actividades de las empresas de la corporación porque, si no, además, “hay llamada de arriba”, tal como relata una entrevistada. Otros 9 comunicadores entienden, sin embargo, que se trata de una práctica normal y saludable. A juicio de uno de ellos, “siempre y cuando la información sea veraz, aséptica y no se intente manipular o

interpretar desde un punto de vista pues podía ser bueno”. En medio de estas dos posturas, hay una tercera, intermedia, para la que esta tendencia es inevitable. A juicio de una entrevistada: “Cualquier persona con dos dedos de frente no tira piedras contra su propio tejado. Ético, pues tal vez no sea, pero claro...”. Otro comunicador coincide con el diagnóstico:

“Los medios de comunicación, sobre todo los grandes grupos, cada vez más son corporaciones de intereses que en su Consejo de Administración tienen sentadas a personas de todo tipo, con unos intereses que no necesariamente son malos pero que, probablemente, no son los que cabría esperar de un editor. Y eso provoca que, a veces, las cosas sean complicadas”.

Para otro entrevistado, se trata además de una tendencia que tiene una lógica:

“Supongo que los oyentes se dan cuenta de que una buena parte de la información que se ofrece bajo el paraguas de lo cultural no es sino un ejercicio de promoción. Cuando nosotros hablamos de un vídeo, de un CD, de un disco, de una obra de teatro o de un musical, en el fondo lo que estamos haciendo es vender un producto. Y, en ese caso, por lógica, si compite un libro de una editorial del mismo grupo y una editorial de otro grupo, tiene lógica —insisto— que se hable primero del libro del propio grupo. No quiero decir que no se hable de los demás. Se habla y además aquí vetos no existen. Pero, digamos que, a la hora de repartir los números para ser atendidos, tienen preferencia quienes forman parte del proyecto común. En este caso, del grupo en el que trabajamos”.

En ese contexto, resulta extraño pensar que un medio vaya a criticar a otro de su misma familia. Así lo expresa otro entrevistado:

“¿Hasta qué punto el Grupo PRISA va a informar de lo que a mi juicio es un escándalo absoluto que es la cantidad de pasta que cada año se tienen que gastar los padres en libros escolares similares a los del año anterior, si dentro de su propio grupo tienen una de las empresas que más dinero gana, con esa cantidad de libros? (...) Quizá lo criticable sea que se escondan esos intereses. Si se dijera: ‘Oiga, mire, es que es nuestro’. El problema surge cuando se presenta un producto como algo ajeno y se potencia como algo ajeno, y además se oculta el interés que hay implícito en el éxito de ese producto”

De todas formas, en ocasiones se reconoce que no deja de ser un error: se infravalora al público y se perjudica la calidad de la información y, por tanto, es nocivo para la propia empresa.

Junto al problema de la concentración de los medios, la baja conciencia de la responsabilidad social del periodista se percibe de envergadura. Y eso, se dice, a pesar de la deuda que todos los medios —también los privados— tienen con la sociedad:



“Yo creo que los medios de comunicación tienen una responsabilidad con la sociedad, tienen que hacer un servicio público, porque, aunque seamos privados, también tenemos un componente de servicio público. Y nuestra viabilidad se debe basar en la calidad y en la profesionalidad de nuestro trabajo, que sea contrastado y sobre todo refrendado por los oyentes o los ciudadanos a los que nos dirigimos, y que son los que nos tienen que decir que nuestro trabajo es bueno”.

Una de las preguntas más relacionadas con el problema de la responsabilidad social del periodista es la que se refiere a la presunción de inocencia. A este respecto, todos los entrevistados insisten en que es necesario mantenerla, por varias razones: porque “es un derecho democrático y una de las grandes conquistas del Estado de derecho”; porque, en caso contrario, se podrían cometer “muchísimas injusticias” o porque “te metes en un lío y te pueden denunciar”<sup>10</sup> [10]. Sin embargo, pese a todo, la mayoría de los entrevistados considera que la presunción no siempre se respeta de modo adecuado:

- a) La palabra “presunto” conlleva ya implicaciones negativas para los sujetos protagonistas de la información puesto que, una vez que aparecen como tales, la sociedad les condena.
- b) Algunos comunicadores respetan el trato de “presunto” como una especie de apostilla formal para evitar problemas legales, pero dirigen su discurso de forma subjetiva para inculpar —más a menudo— o exculpar al individuo. De este modo, el uso del presunto no pretende tener visos de credibilidad en el conjunto de la información.

En realidad, éste es un problema que preocupa a muchos comunicadores, ya que son conscientes del poder de los medios y consideran que, por esa razón, los periodistas tienen una enorme responsabilidad. Dos de ellos destacan que la información que se ofrece sobre una persona puede afectar a su vida de un modo drástico, por lo que es importante confirmarla bien, antes de difundirla públicamente. Un entrevistado relata un caso típico de informaciones:

“Hay otro caso también muy paradigmático: los asuntos que tienen que ver con la corrupción municipal o con la corrupción política. Los medios hemos conseguido que, prácticamente desde el primer momento en que se cuenta la detención de un alcalde, aparezca ante la opinión pública como culpable, por algo que todavía la Justicia no ha confirmado que hizo. La sospecha se convierte en muchas ocasiones en certeza y en eso sí que creo que deberíamos asumir la responsabilidad. Porque no lo estamos haciendo del todo bien”.

Aquí al menos 4 entrevistados asumen parte de esa responsabilidad colectiva que les corresponde. Aunque no ofrecen experiencias propias en las que puedan sentir que se han equivocado, sí reconocen que los periodistas colaboran en una dinámica de trabajo

habitual en la que se incumplen las precauciones suficientes que permiten salvaguardar este derecho democrático que es la presunción de inocencia.

A este respecto, otro entrevistado comenta que, muchas veces, resulta difícil no dejarse llevar por el dictamen generalizado de “la calle” acerca de un suceso, sobre todo en el caso de los reporteros más jóvenes. Aun así, pese a esta dificultad, se recuerda que es preciso observar los acontecimientos con la distancia y la perspectiva necesarias para no abandonarse a las opiniones ajenas, aunque éstas estén considerablemente aceptadas por el público. Asumir un punto de vista ajeno sin haberlo analizado antes desde otros posibles enfoques se considera un fallo que no se debería permitir un profesional.

Finalmente, el intrusismo profesional y la confusión con las tareas propias de otras profesiones parecen representar una preocupación significativamente menor, aunque siguen siendo temas trascendentales para la mitad de los comunicadores madrileños.

### **3.2. Análisis bivariable**

Tras este primer análisis, conviene analizar aunque de modo breve —las limitaciones de tiempo y espacio no permiten abordarlo de otra forma— qué variables resultan más decisivas en la percepción de los diversos problemas. Las más relacionadas con las distintas percepciones son:

- a) la edad
- b) el género
- c) el nivel de estudios
- d) la categoría profesional
- e) el área temática
- f) la posición ideológica
- g) el nivel de ingresos

Por el contrario, otras variables como las de tipo y tamaño de la empresa, medio en el que se trabaje, situación laboral, función profesional y ámbito de difusión no guardan una correlación estadística significativa y carecen, por tanto, de capacidad explicativa en los análisis exploratorios.

#### **3.2.1. Los jóvenes, quienes más se preocupan por la precariedad e inseguridad laborales**

Atendiendo a la edad, vemos que no hay una pauta única para todas las categorías. Existe, eso sí, cierta relación entre esta variable y la percepción de ciertos problemas. Así ocurre, con el intrusismo profesional, un problema que inquieta sobre todo a los jóvenes.



Además, a éstos les preocupan sustancialmente los asuntos relacionados con la precariedad e inseguridad laborales, el predominio de los intereses económicos, la carencia de ética, la falta de respeto a la autonomía de los profesionales y la baja conciencia de su responsabilidad.

También al resto de comunicadores, tanto a los mayores de 30 años como a los mayores de 50, les intranquiliza la precariedad e inseguridad laborales, el predominio de los intereses económicos y políticos, la falta de ética profesional y la menguada conciencia de la responsabilidad social del periodista.

En los comunicadores mayores de 50 años, destaca ligeramente su tribulación respecto a la falta de respeto por la autonomía de los profesionales y su preocupación por la creciente concentración empresarial de los medios (Tabla 2):

Tabla 2. Percepción sobre los problemas según edad

		Menores de 30	Entre 30 y 50	Mayores de 50
<b>Precariedad e inseguridad laboral</b>	Nada importante	0,0	2,3	2,3
	Poco importante	3,6	4,1	4,5
	Bastante importante	26,8	35,9	30,1
	Muy importante	69,6	57,7	63,2
<b>Concentración de medios de comunicación</b>	Nada importante	0,0	2,3	3,8
	Poco importante	33,9	27,7	23,3
	Bastante importante	55,4	46,8	54,9
	Muy importante	10,7	23,2	18,0
<b>Influencia de los índices de audiencia</b>	Nada importante	0,0	1,8	0,8
	Poco importante	19,6	14,1	15,0
	Bastante importante	51,8	51,4	49,6
	Muy importante	28,6	32,7	34,6
<b>Predominio de los intereses económicos y políticos sobre los intereses periodísticos</b>	Nada importante	0,0	1,4	1,5
	Poco importante	5,4	10,5	7,5
	Bastante importante	46,4	39,5	40,6
	Muy importante	48,2	48,6	50,4
<b>Falta de ética profesional</b>	Nada importante	1,8	0,9	2,3
	Poco importante	7,1	17,3	9,0
	Bastante importante	51,8	49,5	47,4
	Muy importante	39,3	32,3	41,4
<b>Confusión con las tareas propias de otras profesiones</b>	Nada importante	12,5	9,1	9,0
	Poco importante	32,1	41,4	32,3
	Bastante importante	33,9	32,3	45,1
	Muy importante	21,4	17,3	13,5
<b>Intrusismo profesional</b>	Nada importante	14,3	12,3	16,5
	Poco importante	14,3	35,0	32,3
	Bastante importante	35,7	31,4	27,8
	Muy importante	35,7	21,4	23,3
<b>Falta de respeto a la autonomía de los profesionales</b>	Nada importante	3,6	0,9	2,3
	Poco importante	16,1	25,0	18,0
	Bastante importante	53,6	50,9	48,1
	Muy importante	26,8	23,2	31,6
<b>Baja conciencia de la responsabilidad social del periodista</b>	Nada importante	0,0	1,8	0,8
	Poco importante	14,3	19,5	16,5
	Bastante importante	51,8	48,2	48,1
	Muy importante	33,9	30,5	34,6

### 3.2.2. A las mujeres les inquieta más que a los hombres el intrusismo profesional

Desde una perspectiva de género, las diferencias surgen en cuanto a la percepción sobre el intrusismo profesional y el predominio de los intereses económicos y políticos. En el primer caso, son las mujeres las que perciben este problema con mayor claridad (7 de cada 10 consideran que es un peligro “bastante” o “muy importante” frente a casi 5 de cada 10 hombres). Con respecto a la segunda cuestión, los periodistas declaran estar más preocupados, si bien la diferencia es sensiblemente menor que la que se advierte en el primer caso.

Tabla 3. Percepción sobre los problemas según género

		Mujer	Hombre
<b>Precariedad e inseguridad laboral</b>	Nada importante	2,5	1,6
	Poco importante	3,1	4,8
	Bastante importante	29,8	34,5
	Muy importante	64,6	59,0
<b>Concentración de medios de comunicación</b>	Nada importante	3,1	2,0
	Poco importante	28,6	26,1
	Bastante importante	52,2	49,4
	Muy importante	16,1	22,5
<b>Influencia de los índices de audiencia</b>	Nada importante	1,9	0,8
	Poco importante	11,2	17,7
	Bastante importante	49,1	52,2
	Muy importante	37,9	29,3
<b>Predominio de los intereses económicos y políticos sobre los intereses periodísticos</b>	Nada importante	1,2	1,2
	Poco importante	5,0	11,2
	Bastante importante	49,7	34,9
	Muy importante	44,1	52,6
<b>Falta de ética profesional</b>	Nada importante	0,6	2,0
	Poco importante	13,0	13,3
	Bastante importante	54,7	45,8
	Muy importante	31,7	39,0
<b>Confusión con las tareas propias de otras profesiones</b>	Nada importante	11,8	8,0
	Poco importante	36,0	37,8
	Bastante importante	36,6	36,9
	Muy importante	15,5	17,3
<b>Intrusismo profesional</b>	Nada importante	9,3	16,9
	Poco importante	26,1	34,9

	Bastante importante	38,5	25,7
	Muy importante	26,1	22,5
<b>Falta de respeto a la autonomía de los profesionales</b>	Nada importante	0,6	2,4
	Poco importante	20,5	22,5
	Bastante importante	54,7	47,4
	Muy importante	24,2	27,7
<b>Baja conciencia de la responsabilidad social del periodista</b>	Nada importante	1,2	1,2
	Poco importante	15,5	19,3
	Bastante importante	48,4	48,6
	Muy importante	34,8	30,9

### 3.2.3. Los titulados en Periodismo, preocupados por el intrusismo profesional

Si atendemos al nivel de estudios, podemos encontrar dos grupos: por un lado, el de los licenciados en Periodismo o Ciencias de la Información (tengan o no una segunda titulación superior) y, por otro, a los profesionales sin titulación o con otras titulaciones diferentes.

Al primer grupo le preocupa sobre todo la precariedad y la inseguridad laborales, el predominio de los intereses políticos y económicos sobre los informativos, y el intrusismo profesional. Las mayores diferencias se observan en este último punto: es fácil entender que los no licenciados en Periodismo descarten el intrusismo como conflicto grave.

Tabla 4. Percepción sobre los problemas según nivel de estudios

		Licenciatura en Periodismo	Licenciatura en Periodismo y otro título univ.	Otra titulación univ.	Sin titulación univ.
<b>Precariedad e inseguridad laboral</b>	Nada	1,7	2,4	1,4	6,7
	Poco	1,3	4,9	12,2	6,7
	Bastante	33,1	28,0	36,5	33,3
	Muy	64,0	64,6	50,0	53,3
<b>Concentración de medios de comunicación</b>	Nada	0,8	4,9	5,4	0,0
	Poco	29,7	20,7	25,7	26,7
	Bastante	49,4	57,3	48,6	40,0
	Muy	20,1	17,1	20,3	33,3
<b>Influencia de los</b>	Nada	0,8		2,7	6,7

<b>índices de audiencia</b>	Poco	12,1	17,1	24,3	6,7
	Bastante	50,2	53,7	50,0	53,3
	Muy	36,8	29,3	23,0	33,3
<b>Predominio de los intereses económicos y políticos sobre los periodísticos</b>	Nada	0,4	2,4	2,7	0,0
	Poco	7,1	6,1	14,9	20,0
	Bastante	41,4	43,9	39,2	20,0
	Muy	51,0	47,6	43,2	60,0
<b>Falta de ética profesional</b>	Nada	0,4	1,2	5,4	0,0
	Poco	15,5	9,8	10,8	6,7
	Bastante	50,6	52,4	41,9	46,7
	Muy	33,5	36,6	41,9	46,7
<b>Confusión con las tareas propias de otras profesiones</b>	Nada	5,4	11,0	21,6	6,7
	Poco	39,7	31,7	33,8	40,0
	Bastante	38,1	40,2	29,7	33,3
	Muy	16,7	17,1	14,9	20,0
<b>Intrusismo profesional</b>	Nada	7,9	12,2	32,4	26,7
	Poco	30,5	30,5	35,1	33,3
	Bastante	31,8	40,2	17,6	26,7
	Muy	29,7	17,1	14,9	13,3
<b>Falta de respeto a la autonomía de los profesionales</b>	Nada	0,8	0,0	6,8	0,0
	Poco	21,8	19,5	21,6	33,3
	Bastante	49,8	53,7	50,0	40,0
	Muy	27,6	26,8	21,6	26,7
<b>Baja conciencia de la responsabilidad social del periodista</b>	Nada	1,3	0,0	2,7	0,0
	Poco	16,7	13,4	27,0	13,3
	Bastante	49,4	53,7	39,2	53,3
	Muy	32,6	32,9	31,1	33,3

### 3.2.4. Los trabajadores que ocupan puestos inferiores, inquietos ante la falta de autonomía

Los redactores o equivalentes son los profesionales a quienes más les alarma la precariedad y la inseguridad laborales. Siete de cada 10 comunicadores plantearía esta cuestión como “muy importante”, frente a 6 de cada 10 entre los jefes de redacción y los directivos, ó 5 de cada 10 entre los auxiliares de redacción y los jefes de sección.

Por otro lado, entre los redactores y los jefes de redacción se observa también una preocupación algo mayor a la media respecto de la concentración de medios. Esta

misma inquietud se ha documentado de forma recurrente en las entrevistas en profundidad.

En cuanto a la falta de respeto por la autonomía de los profesionales, son aquéllos que tienen una mayor responsabilidad —como los jefes de sección o equivalentes— los que expresan una desconfianza menor. Estos resultados son especialmente interesantes si los ponemos en relación con los hallazgos de la fase previa. Del análisis de discurso extraemos que los cargos intermedios —quienes se ven en la posición de transmitir las presiones— parecen haberlas internalizado, de manera que podrían ser menos conscientes de su gravedad. Por el contrario, los trabajadores que ocupan puestos inferiores en la jerarquía de sus empresas expresan más a menudo sentirse incómodos con la falta de autonomía para desempeñar su trabajo.

Por lo demás, a los jefes de sección o equivalentes y a los directivos les turba en menor grado tanto el intrusismo profesional como el predominio de los intereses económicos y políticos sobre los periodísticos.

Tabla 5. Percepción sobre los problemas según categoría profesional

		Auxiliar de redacción o equivalente	Redactor/a o equivalente	Jefe/a de sección o equivalente	Jefe/a de redacción o equivalente	Cargo directivo	Otras categorías
<b>Precariedad e inseguridad laboral</b>	Nada	0,0	0,9	0,0	1,8	3,9	
	Poco	12,5	1,8	2,0	3,6	5,8	6,3
	Bastante	37,5	25,2	46,9	34,5	32,9	31,3
	Muy	50,0	72,1	51,0	60,0	57,4	62,5
<b>Concentración de medios de comunicación</b>	Nada		2,7	2,0	1,8	3,2	
	Poco	25,0	31,5	30,6	21,8	24,5	28,1
	Bastante	62,5	45,0	53,1	52,7	53,5	43,8
	Muy	12,5	20,7	14,3	23,6	18,7	28,1
<b>Influencia de los índices de audiencia</b>	Nada		0,9	0,0	0,0	1,9	3,1
	Poco	12,5	21,6	8,2	9,1	15,5	12,5
	Bastante	37,5	50,5	65,3	47,3	50,3	43,8
	Muy	50,0	27,0	26,5	43,6	32,3	40,6
<b>Predominio de los intereses económicos y políticos sobre los periodísticos</b>	Nada			2,0	1,8	1,3	3,1
	Poco	12,5	3,6	8,2	10,9	12,9	3,1
	Bastante	37,5	42,3	40,8	43,6	39,4	37,5
	Muy	50,0	54,1	49,0	43,6	46,5	56,3
<b>Falta de ética profesional</b>	Nada		0,9	2,0	3,6	1,3	
	Poco	12,5	11,7	12,2	9,1	14,8	18,8
	Bastante	37,5	55,0	57,1	47,3	43,9	50,0
	Muy	50,0	32,4	28,6	40,0	40,0	31,3

<b>Confusión con las tareas propias de otras profesiones</b>	Nada	0,0	15,3	14,3	5,5	7,1	3,1
	Poco	37,5	43,2	38,8	34,5	36,1	21,9
	Bastante	62,5	22,5	40,8	40,0	38,7	59,4
	Muy	0,0	18,9	6,1	20,0	18,1	15,6
<b>Intrusismo profesional</b>	Nada	12,5	18,0	6,1	5,5	15,5	18,8
	Poco	25,0	25,2	38,8	36,4	33,5	25,0
	Bastante	37,5	28,8	32,7	32,7	31,0	28,1
	Muy	25,0	27,9	22,4	25,5	20,0	28,1
<b>Falta de respeto a la autonomía de los profesionales</b>	Nada	0,0	2,7	2,0	1,8	0,6	3,1
	Poco	12,5	15,3	26,5	23,6	22,6	31,3
	Bastante	62,5	51,4	65,3	43,6	48,4	40,6
	Muy	25,0	30,6	6,1	30,9	28,4	25,0
<b>Baja conciencia de la responsabilidad social del periodista</b>	Nada	0,0	0,0	0,0	1,8	1,9	3,1
	Poco	25,0	14,4	26,5	12,7	18,1	21,9
	Bastante	50,0	51,4	55,1	45,5	47,7	37,5
	Muy	25,0	34,2	18,4	40,0	32,3	37,5

### 3.2.5. Coincidencia entre los periodistas que trabajan en los distintos ámbitos de la política al valorar los problemas

Los profesionales empleados en el área de opinión se muestran muy enojados por la falta de ética profesional y por la baja conciencia de la responsabilidad social del periodista, aunque menos por la posible confusión entre el quehacer periodístico con las tareas propias de otras profesiones.

En general, los especializados en economía se muestran bastante menos inquietos por ciertos temas que en otras áreas sí se perciben con verdadera preocupación. Nos referimos sobre todo a dificultades como la precariedad, la falta de ética, la concentración de los medios, el intrusismo profesional o la baja conciencia de la responsabilidad social del periodista.

Ocurre algo parecido —aunque en distinto sentido— con quienes ejercen en el área de ciencia y tecnología. En este caso, los informadores se muestran muy preocupados por gran número y variedad de temas pero, por su diferencia con respecto a las otras áreas, destacan la confusión con tareas propias de otras profesiones, el intrusismo profesional y la influencia de los índices de audiencia que les inquietan significativamente más.

Por otro lado, todas las áreas dedicadas a la política, en sus distintos ámbitos —local, autonómica, nacional e internacional— coinciden en gran medida a la hora de valorarlos problemas que afectan a la profesión. Especialmente en el caso de precariedad y la

inseguridad laborales, un problema percibido como “muy importante” para la mayor parte de encuestados que se ocupan en estas áreas. También respecto a la concentración de los medios —una cuestión problemática tanto para los trabajadores de política local como internacional— y en cuanto a la falta de respeto a la autonomía de los profesionales. Al margen del área temática en la que se trabaje, se detecta un desvelo menor respecto a esta cuestión. En este caso, son los comunicadores de política nacional y local los más despreocupados.

Para otros problemas la coincidencia es menor. Así, por ejemplo, a los profesionales de nacional e internacional les preocupa la influencia de los índices de audiencia, mientras que a los de política autonómica y local, bastante menos. Tampoco coinciden las opiniones respecto del intrusismo profesional, asunto bastante problemático solo para quienes se dedican a política internacional.



Tabla 6. Percepción sobre los problemas según área temática

		Política intern.	Política esp.	Política auton.	Política local	Opinión	Econom.	Socied.	Ciencia y tecnol.	Cultura y espectác.	Deportes	Prensa del corazón	Otras
		% Col.	% Col.	% Col.	% Col.	% Col.	% Col.	% Col.	% Col.	% Col.	% Col.	% Col.	% Col.
Precariedad e inseguridad laboral	Nada	0,0	0,0	25,0	0,0	0,0	1,4	0,0	10,0	3,4	0,0	0,0	3,7
	Poco	5,9	4,7	0,0	0,0	0,0	5,5	0,0	0,0	3,4	14,3	0,0	3,7
	Bastante	11,8	44,2	50,0	40,0	18,2	37,0	30,6	10,0	34,5	14,3	100,0	31,5
	Muy	82,4	51,2	25,0	60,0	81,8	56,2	69,4	80,0	58,6	71,4	0,0	61,1
Concentración de medios de comunicación	Nada	5,9	4,7	0,0	0,0	0,0	2,7	2,8	10,0	0,0	0,0	0,0	1,9
	Poco	17,6	30,2	50,0	30,0	18,2	34,2	16,7	10,0	31,0	47,6	0,0	16,7
	Bastante	47,1	48,8	25,0	40,0	54,5	42,5	63,9	60,0	58,6	42,9	0,0	59,3
	Muy	29,4	16,3	25,0	30,0	27,3	20,5	16,7	20,0	10,3	9,5	100,0	22,2
Influencia de los índices de audiencia	Nada	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	1,4	5,6	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0
	Poco	17,6	16,3	25,0	40,0	9,1	16,4	11,1	0,0	24,1	14,3	0,0	11,1
	Bastante	64,7	53,5	75,0	40,0	54,5	54,8	47,2	50,0	34,5	57,1	0,0	44,4
	Muy	17,6	30,2	0,0	20,0	36,4	27,4	36,1	50,0	41,4	28,6	100,0	44,4
Predominio de los intereses económicos y políticos sobre los periodísticos	Nada	5,9	0,0	0,0	0,0	0,0	1,4	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	1,9
	Poco	5,9	4,7	50,0	0,0	9,1	11,0	2,8	20,0	13,8	4,8	0,0	5,6
	Bastante	47,1	39,5	50,0	30,0	36,4	45,2	41,7	30,0	51,7	38,1	0,0	38,9
	Muy	41,2	55,8	0,0	70,0	54,5	42,5	55,6	50,0	34,5	57,1	100,0	53,7
Falta de ética profesional	Nada	0,0	2,3	0,0	0,0	0,0	4,1	0,0	10,0	0,0	0,0	0,0	0,0
	Poco	5,9	11,6	25,0	0,0	0,0	17,8	11,1	10,0	10,3	23,8	0,0	13,0
	Bastante	58,8	46,5	50,0	50,0	36,4	50,7	52,8	50,0	62,1	33,3	0,0	53,7
	Muy	35,3	39,5	25,0	50,0	63,6	27,4	36,1	30,0	27,6	42,9	100,0	33,3
Confusión con las tareas propias de otras profesiones	Nada	11,8	25,6	25,0	0,0	0,0	9,6	11,1	10,0	0,0	9,5	0,0	5,6
	Poco	23,5	41,9	25,0	30,0	18,2	41,1	36,1	20,0	34,5	47,6	0,0	38,9
	Bastante	41,2	23,3	25,0	60,0	72,7	38,4	38,9	0,0	55,2	19,0	0,0	33,3
	Muy	23,5	9,3	25,0	10,0	9,1	11,0	13,9	70,0	10,3	23,8	100,0	22,2
Intrusismo profesional	Nada	5,9	20,9	25,0	20,0	27,3	23,3	19,4	20,0	6,9	4,8	0,0	9,3
	Poco	35,3	34,9	25,0	20,0	27,3	35,6	22,2	0,0	17,2	28,6	0,0	25,9
	Bastante	17,6	27,9	25,0	50,0	18,2	23,3	33,3	20,0	51,7	23,8	0,0	38,9
	Muy	41,2	16,3	25,0	10,0	27,3	17,8	25,0	60,0	24,1	42,9	100,0	25,9
Falta de respeto a la autonomía de los profesionales	Nada	5,9	0,0	0,0	0,0	0,0	6,8	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0
	Poco	0,0	25,6	25,0	40,0	18,2	19,2	27,8	30,0	27,6	23,8	0,0	20,4
	Bastante	64,7	53,5	50,0	40,0	45,5	50,7	50,0	40,0	44,8	42,9	100,0	53,7
	Muy	29,4	20,9	25,0	20,0	36,4	23,3	22,2	30,0	27,6	33,3	0,0	25,9
Baja conciencia de la	Nada	0,0	2,3	0,0	0,0	0,0	1,4	0,0	10,0	0,0	0,0	0,0	3,7

responsabilidad social del periodista	Poco	23,5	18,6	25,0	10,0	9,1	21,9	16,7	20,0	13,8	23,8	0,0	14,8
	Bastante	41,2	39,5	75,0	70,0	36,4	54,8	50,0	20,0	69,0	33,3	100,0	51,9
	Muy	35,3	39,5	0,0	20,0	54,5	21,9	33,3	50,0	17,2	42,9	0,0	29,6

### 3.2.6. Dispar percepción de los problemas según el posicionamiento ideológico

En función de la escala de posicionamiento ideológico, los problemas en los que encontramos una mayor discrepancia entre los encuestados son: la baja conciencia de la responsabilidad social, la falta de ética profesional, la falta de respeto a la autonomía de los profesionales, la precariedad laboral y el predominio de los intereses económicos y políticos. Los profesionales más ubicados a la izquierda muestran una mayor preocupación que los que se confiesan conservadores respecto a ciertos asuntos como el intrusismo profesional.

Tabla 7. Percepción sobre los problemas según posicionamiento ideológico

		Extrema izquierda	2,0	3,0	4,0	5,0	Extrema derecha
<b>Precariedad e inseguridad laboral</b>	Nada			0,7	4,3		100,0
	Poco		4,3	0,7	4,3	13,9	
	Bastante		25,7	32,6	35,2	36,1	
	Muy	100,0	70,0	65,9	56,2	50,0	
<b>Concentración de medios de comunicación</b>	Nada		2,9	2,9	1,9	2,8	100,0
	Poco		22,9	28,3	28,4	25,0	
	Bastante	100,0	48,6	50,0	51,2	50,0	
	Muy		25,7	18,8	18,5	22,2	
<b>Influencia de los índices de audiencia</b>	Nada		2,9	0,7	0,6	2,8	100,0
	Poco		22,9	14,5	13,0	11,1	
	Bastante	100,0	45,7	51,4	51,9	52,8	
	Muy		28,6	33,3	34,6	33,3	
<b>Predominio de los intereses económicos y políticos sobre los intereses periodísticos</b>	Nada		2,9	0,7	1,2		100,0
	Poco		7,1	7,2	9,3	16,7	
	Bastante		24,3	44,2	44,4	38,9	
	Muy	100,0	65,7	47,8	45,1	44,4	
<b>Falta de ética profesional</b>	Nada		1,4	2,2	1,2		100,0
	Poco		4,3	12,3	16,7	16,7	
	Bastante	100,0	55,7	49,3	48,1	38,9	
	Muy		38,6	36,2	34,0	44,4	
<b>Confusión con las tareas propias de otras profesiones</b>	Nada	100,0	8,6	8,7	11,1	5,6	100,0
	Poco		35,7	43,5	31,5	44,4	
	Bastante		32,9	33,3	40,1	38,9	
	Muy		22,9	14,5	17,3	11,1	
<b>Intrusismo profesional</b>	Nada	100,0	22,9	11,6	12,3	11,1	100,0
	Poco		24,3	41,3	24,7	38,9	
	Bastante		30,0	25,4	35,8	27,8	
	Muy		22,9	21,7	27,2	22,2	
<b>Falta de respeto a la autonomía de los profesionales</b>	Nada		2,9	0,7	2,5		100,0
	Poco		17,1	22,5	22,2	25,0	
	Bastante	100,0	54,3	48,6	47,5	61,1	
	Muy		25,7	28,3	27,8	13,9	
<b>Baja conciencia de la responsabilidad social del periodista</b>	Nada			0,7	2,5		100,0
	Poco		18,6	13,8	17,3	33,3	

	Bastante		47,1	50,7	46,3	52,8	
	Muy	100,0	34,3	34,8	34,0	13,9	

### 3.2.7. Conforme se reduce el nivel de ingresos, aumenta el desasosiego por la precariedad laboral y la concentración de medios

Ambas cuestiones afectan a las condiciones laborales de los trabajadores y a su percepción de vulnerabilidad, por lo que es lógico que las personas que se encuentran en una posición laboral menos ventajosa consideren en mayor medida que estos problemas son graves y disfuncionales.

Además, hay dos franjas salariales concretas que reflejan inquietudes específicas que merecen ser mencionadas. A quienes ganan entre 1.000 y 1.500 euros al mes, les parece bastante problemática —en mayor medida que al resto— la confusión con las tareas propias de otras profesiones. Por su parte, los comunicadores que perciben entre 500 y 1.000 euros mensuales destacan por considerar más preocupantes que el resto las cuestiones relativas a la falta de ética y al intrusismo profesional.

En el lado opuesto, se sitúan asuntos como la influencia de los índices de audiencia, el predominio de los intereses económicos y políticos o la falta de respeto por la autonomía del periodista en los que no parece que el factor salarial resulte decisivo.

Tabla 8. Percepción sobre los problemas según ingresos mensuales netos

		No obtiene	Menos de 500 €	Entre 500,01 y 1.000 €	Entre 1.000,01 y 1.500 €	Entre 1.500,01 y 2.000 €	Entre 2.000,01 y 3.000 €	Más de 3.000 €
<b>Precariedad e inseguridad laboral</b>	Nada			5,3		3,1	0,8	3,1
	Poco	13,3	16,7		7,4	4,7	1,7	3,8
	Bastante	26,7		21,1	16,7	35,9	37,3	36,9
	Muy	60,0	83,3	73,7	75,9	56,3	60,2	56,2
<b>Concentración de medios de comunicación</b>	Nada	6,7				1,6	1,7	4,6
	Poco	6,7	16,7	31,6	25,9	25,0	26,3	30,8
	Bastante	46,7	50,0	52,6	55,6	57,8	48,3	46,9
	Muy	40,0	33,3	15,8	18,5	15,6	23,7	17,7
<b>Influencia de los índices de audiencia</b>	Nada				1,9	1,6		2,3
	Poco	13,3	33,3	21,1	16,7	12,5	16,9	12,3
	Bastante	46,7	50,0	47,4	53,7	59,4	49,2	47,7
	Muy	40,0	16,7	31,6	27,8	26,6	33,9	37,7
<b>Predominio de los intereses económicos y políticos sobre los</b>	Nada	6,7			3,7		0,8	0,8
	Poco		16,7	5,3	1,9	6,3	7,6	15,4

intereses periodísticos	Bastante	20,0	50,0	42,1	48,1	48,4	36,4	38,5
	Muy	73,3	33,3	52,6	46,3	45,3	55,1	45,4
Falta de ética profesional	Nada						1,7	3,1
	Poco	13,3		10,5	9,3	12,5	12,7	16,2
	Bastante	40,0	66,7	31,6	55,6	57,8	55,1	40,8
	Muy	46,7	33,3	57,9	35,2	29,7	30,5	40,0
Confusión con las tareas propias de otras profesiones	Nada	13,3		5,3	11,1	3,1	12,7	10,0
	Poco	13,3	16,7	31,6	37,0	34,4	44,1	37,7
	Bastante	66,7	66,7	52,6	20,4	53,1	25,4	37,7
	Muy	6,7	16,7	10,5	31,5	9,4	17,8	14,6
Intrusismo profesional	Nada	13,3		5,3	11,1	9,4	14,4	19,2
	Poco	20,0	33,3	5,3	29,6	12,5	41,5	37,7
	Bastante	33,3	33,3	63,2	24,1	50,0	23,7	23,8
	Muy	33,3	33,3	26,3	35,2	28,1	20,3	19,2
Falta de respeto a la autonomía de los profesionales	Nada	13,3				1,6	1,7	1,5
	Poco	6,7		21,1	16,7	20,3	25,4	24,6
	Bastante	33,3	33,3	57,9	51,9	57,8	43,2	53,8
	Muy	46,7	66,7	21,1	31,5	20,3	29,7	20,0
Baja conciencia de la responsabilidad social del periodista	Nada	6,7					1,7	1,5
	Poco	13,3		10,5	22,2	14,1	14,4	23,8
	Bastante	33,3	66,7	47,4	44,4	57,8	51,7	43,8
	Muy	46,7	33,3	42,1	33,3	28,1	32,2	30,8

#### 4. Conclusiones

1) Existe un descontento bastante generalizado respecto al grave estado en el que se encuentra la profesión. A juicio de los encuestados, los mayores males son los que se refieren a la precariedad e inseguridad laborales, al predominio de los intereses económicos y políticos sobre los periodísticos, y a la falta de ética profesional. Existen otras amenazas como los de la confusión con las tareas propias de otras profesiones o el intrusismo profesional, pero se consideran bastante menos disfuncionales.

2) Casi un 94% de los encuestados estima que la precariedad es un problema “bastante” o “muy serio”. En concreto, algunas de las condiciones que más se denuncian son la feroz competencia, la excesiva juventud de algunos profesionales, su falta de experiencia, la ausencia de instrucción posterior en la empresa, los bajos salarios, la urgencia intrínseca a la profesión, la inseguridad por los despidos, la presión de los superiores y el exceso de tareas. En realidad, se trata sólo de *algunos* de los elementos que provocan que el aspecto económico de la profesión entre en conflicto

con la parte más ética e idealista. En este contexto, encontrar el equilibrio entre ambos mundos se perfila como una asignatura pendiente.

3) En cuanto a la influencia de los intereses políticos, los periodistas aseguran que las presiones proceden de variados ámbitos: el Gobierno, los partidos políticos, las grandes agencias de noticias, los grupos empresariales o la publicidad. Y que se transmiten también en todos los niveles: desde los puestos directivos a los redactores. Las injerencias de los poderes políticos son frecuentes, sobre todo en el ámbito regional y local, dado que las relaciones entre la prensa y los políticos son más personales y están mediadas por instituciones de menor tamaño<sup>11</sup> [11]. La influencia de los poderes económicos, a través de los anunciantes, también es frecuente. No obstante, y a diferencia de lo que ocurre con las presiones políticas, en este caso las injerencias resultan más justificables ya que los profesionales entienden que los medios se financian a través de la publicidad. Por lo demás, el predominio de los intereses políticos resulta palmario en los medios públicos, mientras que la preeminencia de los intereses económicos es manifiesta en el caso de los medios privados.

4) La preocupación por la falta de ética queda reflejada sobre todo en las respuestas a la pregunta sobre la legitimidad del uso de medios ilícitos para recabar información. En este tema, podemos encontrar dos firmes posturas. La primera, mayoritaria, relativiza la gravedad del proceder y reconoce que, en ocasiones, es lícito recurrir a estos medios, siempre y cuando, se entiende, se empleen de forma moderada y con límites. Las presiones por la competencia y la urgencia generalizada con que se trabaja sirven como “atenuantes” para legitimar estos usos. El segundo grupo, menos numeroso, niega de modo total la posibilidad de justificar estos recursos, si bien alguno de sus integrantes prefiere pasar de puntillas sobre el asunto.

5) En un análisis más profundo, las variables que guardan una mayor correlación con las distintas percepciones son: la edad, el género, el nivel de estudios, la categoría profesional, el área temática, la posición ideológica y el nivel de ingresos. Por el contrario, hay otras variables como las de tipo y tamaño de empresa, medio en el que se trabaja, situación laboral, función profesional y ámbito de difusión del medio que no ofrecen una correlación estadística significativa.

## 5. Bibliografía

ALSIUS, S.; MACIÁ, C.; ZALBIDEA, B.; SUÁREZ, J.C.; SALGADO, F.; HERRERA, S.; PÉREZ, J.C.; ROMERO, L.; REAL, E. y ALCALÁ, F. (2009): “Las actitudes de los periodistas ante los métodos de legitimidad dudosa”, en VV.AA., *La libertad de las conciencias en la regulación del derecho a la información*. Valencia: Fundación COSO, pp. 109–127.

HERRERA, S., MACIÁ, C. y REAL, E. (2009): "La ética periodística desde la perspectiva de 30 profesionales de la Comunidad de Madrid", en VV.AA., *Excelencia e Innovación en la Comunicación*. Pamplona: Ediciones Eunate (en prensa).

HERRERA, S.; ALCALÁ, F.; ALSIUS, S.; SALGADO, F.; MACIÁ, C.; ZALBIDEA, B.; PÉREZ, J.C.; SUÁREZ, J.C.; ROMERO, L. y REAL, E. (2009): "Media Harassment of Active Politicians from the Ethical Perspective of Spanish Journalists", en Actas de la Conferencia Internacional "*Journalism Research in the Public Interest*", celebrada en Zurich, del 19 a 21 de noviembre (en prensa).

MACIÁ, C.; HERRERA, S. y REAL, E. (2009): "La ética periodística desde la perspectiva de los profesionales de la comunicación de la Comunidad de Madrid", en Actas de la Conferencia de la International. *Derechos Humanos y Comunicación*, organizada por la Association for Media and Communication Research (IAMCR), celebrada en Ciudad de México del 21 a 24 de julio (en prensa).

MACIÁ, C. y HERRERA, S. (2009): "El acoso mediático a los personajes públicos desde la perspectiva ética de los periodistas madrileños", en *Revista Latina de Comunicación Social*, núm. 64, Tenerife, en la dirección electrónica: [http://www.revistalatinacs.org/09/art/868\\_UC3M/69\\_94\\_Macia\\_y\\_Herrera.html](http://www.revistalatinacs.org/09/art/868_UC3M/69_94_Macia_y_Herrera.html), fecha de consulta: 21 de noviembre de 2009

## 6. Notas

[1] Financiado con una ayuda del Ministerio de Ciencia e Innovación de España, en el marco del Plan Nacional de I+D+i (2004–2007) (referencia SEJ2006–05631–C05–03). Las Universidades Pompeu Fabra de Barcelona –que actúa de coordinadora-, Universidad del País Vasco y la Universidad de Sevilla llevan a cabo investigaciones paralelas en sus Comunidades Autónomas, bajo la dirección del Dr. Salvador Alsius (UPF), de la Dra. Begoña Zalbidea (UPV) y del Dr. Juan Carlos Suárez (US).

[2] La entonación con que el sujeto entrevistado pronuncia una palabra o una frase, las demoras en su respuesta, así como los silencios durante el discurso resultan en ocasiones de lo más significativo o revelador.

[3] A este respecto, un entrevistado afirma: "Me imagino que hasta la gaceta regional del pueblo más pequeño siente la misma presión a escala que siente el director de un periódico. O sea, no la misma presión porque afecta menos, pero sí el mismo grado de presión, digamos, que el director de un periódico al que le llaman desde las más altas esferas. Es como un edificio de varias plantas y cada uno llama a la puerta 'del de su planta'".

[4] Un entrevistado se muestra notablemente más radical a propósito de la existencia de los medios públicos cuando afirma: "Es que no creo en los medios públicos. Creo que se podrían ahorrar cientos de millones de euros al año si desaparecieran todos los medios públicos y se dedicaran a servicios sociales que la gente necesita. Me parece que no pasaría nada, si casi todos, o todos, desaparecieran".

[5] En cuanto al control del Gobierno sobre la información, la cadena pública de televisión madrileña Telemadrid es el medio que más y mayores quejas recibe. Más allá de las críticas por tener una línea editorial excesivamente marcada, tres de los entrevistados comentaron casos de presiones directas que, o bien han sufrido personalmente, o bien han podido conocer por otros compañeros de profesión.

[6] En su defensa, uno de los entrevistados responde: “A pesar de alguna de las famas que le achacan tiene un gabinete de comunicación muy decente y muy interesante para los medios de comunicación. Es ágil generalmente y es muy profesional. Creo que, en ese sentido, la transparencia suya es grande y las facilidades de trabajo recíprocas también”.

[7] El caso de El Corte Inglés es referido, en realidad, en numerosas ocasiones. Otra entrevistada afirma: “A mí me ha pasado en prensa escrita. Fui a hablar de El Corte Inglés y me dijeron: “No, no, no, de El Corte Inglés no, que nos da de comer”. A este respecto, una entrevistada relata: “Te voy a contar una anécdota en una empresa que mete mucho dinero en los medios de comunicación, en todos. Y lo único que pide es: “No hables de mí”. Esa es una postura muy inteligente, ni bien ni mal, no hables de mí. Es perfecto porque en el fondo no te está diciendo “tienes que decir qué bueno soy siempre”. No, no, no. O sea, éticamente está mejor: “Ni me nombres”.

[8] “Por ejemplo, difundir en televisión las imágenes de las peleas o de las palizas que dan los chavales en los colegios, y luego darlo por televisión, es absolutamente increíble: “Oiga, mire, usted está fomentando que eso ocurra”. ‘No, es que...’ No, es que no aporta nada. Todos nos podemos imaginar lo que es una paliza. No hace falta que usted lo muestre y sobre todo porque hay un efecto de imitación y mimetismo que usted tiene que tener en cuenta como profesional”.

[9] Además, la prensa rosa no tiene el objetivo de denuncia social o de función pública que rige en otros ámbitos del periodismo. Una de las consecuencias es que los límites no vienen marcados tanto por la ética como por la legalidad. Además, hay que tener en cuenta también que se trata de medios en los que su carácter empresarial se muestra de forma más desnuda y sin tapujos. Fuera del ámbito de la prensa rosa, las opiniones en lo relativo al cumplimiento de la ley tienden a ser más estrictas. Encontramos 4 comunicadores que entienden incluso la ley como un referente moral, más que como un impedimento técnico.

[10] No obstante, aunque es una opinión minoritaria, hemos encontrado un profesional que considera que la presunción de inocencia se debe respetar sólo desde una perspectiva judicial, pero que los medios se pueden reservar el derecho a emitir sus propios juicios. Desde este punto de vista, el derecho a la presunción de inocencia se circunscribe sólo al ámbito penal, mientras que el derecho de expresión tiene un ámbito diferenciado en los medios, y ambos deben funcionar con independencia.

[11] A juicio de otra entrevistada, es también en los ámbitos regional y local donde más resulta visible la influencia de los poderes económicos: “Luego está el constructor que compra periódicos para defender sus intereses en pequeñas provincias y poder construir”.

## **CV de los autores:**

Susana Herrera Damas

Departamento de Periodismo y Comunicación Audiovisual

Facultad de Humanidades, Comunicación y Documentación

Universidad Carlos III de Madrid

Calle Madrid, 133

28903 Getafe (Madrid)

Teléfono: 91 624 92 05

Correo electrónico: [dherrera@hum.uc3m.es](mailto:dherrera@hum.uc3m.es)

Licenciada en Comunicación Audiovisual (Universidad de Navarra, 1998) y en Sociología (UNED, 2004) y Doctora en Comunicación Audiovisual (Universidad de Navarra, 2002). Premio Extraordinario de Doctorado, es autora de 3 libros y de más de 50 artículos publicados en revistas académicas de prestigio. Ha trabajado en las Universidades de Navarra (1998–2003) y de Piura, en Perú (2003–2007). Su



investigación se orienta al estudio de los géneros en radio y al análisis de las diferentes formas de participación del público en los medios.

Carlos Maciá Barber  
Departamento de Periodismo y Comunicación Audiovisual  
Facultad de Humanidades, Comunicación y Documentación  
Universidad Carlos III de Madrid  
Calle Madrid, 133  
28903 Getafe (Madrid)  
Teléfono: 91 624 92 55  
Correo electrónico: [cmacia@hum.uc3m.es](mailto:cmacia@hum.uc3m.es)

Profesor Titular de Redacción Periodística (2003). Licenciado en Ciencias de la Información (Universidad Complutense de Madrid, 1996) y Doctor en Periodismo (Universidad San Pablo-CEU, 2001) con Premio Extraordinario de Doctorado por una tesis pionera en España sobre la figura del *ombudsman* de prensa. Sus líneas de investigación abordan el análisis de los géneros informativos e interpretativos en prensa, la deontología periodística y el fenómeno del *periodismo ciudadano*.

---

<sup>1</sup> Financiado con una ayuda del Ministerio de Ciencia e Innovación de España, en el marco del Plan Nacional de I+D+i (2004–2007) (referencia SEJ2006–05631–C05–03). Las Universidades Pompeu Fabra de Barcelona –que actúa de coordinadora-, Universidad del País Vasco y la Universidad de Sevilla llevan a cabo investigaciones paralelas en sus Comunidades Autónomas, bajo la dirección del Dr. Salvador Alsius (UPF), de la Dra. Begoña Zalbidea (UPV) y del Dr. Juan Carlos Suárez (US).

<sup>2</sup> La entonación con que el sujeto entrevistado pronuncia una palabra o una frase, las demoras en su respuesta, así como los silencios durante el discurso resultan en ocasiones de lo más significativo o revelador.

<sup>3</sup> A este respecto, un entrevistado afirma: “Me imagino que hasta la gaceta regional del pueblo más pequeño siente la misma presión a escala que siente el director de un periódico. O sea, no la misma presión porque afecta menos, pero sí el mismo grado de presión, digamos, que el director de un periódico al que le llaman desde las más altas esferas. Es como un edificio de varias plantas y cada uno llama a la puerta ‘del de su planta’”.

<sup>4</sup> Un entrevistado se muestra notablemente más radical a propósito de la existencia de los medios públicos cuando afirma: “Es que no creo en los medios públicos. Creo que se podrían ahorrar cientos de millones de euros al año si desaparecieran todos los medios públicos y se dedicaran a servicios sociales que la gente necesita. Me parece que no pasaría nada, si casi todos, o todos, desaparecieran”.

<sup>5</sup> En cuanto al control del Gobierno sobre la información, la cadena pública de televisión madrileña Telemadrid es el medio que más y mayores quejas recibe. Más allá de las críticas por tener una línea editorial excesivamente marcada, tres de los entrevistados comentaron casos de presiones directas que, o bien han sufrido personalmente, o bien han podido conocer por otros compañeros de profesión.

<sup>6</sup> En su defensa, uno de los entrevistados responde: “A pesar de alguna de las famas que le achacan tiene un gabinete de comunicación muy decente y muy interesante para los medios de comunicación. Es ágil generalmente y es muy profesional. Creo que, en ese sentido, la transparencia suya es grande y las facilidades de trabajo recíprocas también”.

<sup>7</sup> El caso de El Corte Inglés es referido, en realidad, en numerosas ocasiones. Otra entrevistada afirma: “A mí me ha pasado en prensa escrita. Fui a hablar de El Corte Inglés y me dijeron: “No, no, no, de El Corte Inglés no, que nos da de comer”. A este respecto, una entrevistada relata: “Te voy a contar una

---

anécdota en una empresa que mete mucho dinero en los medios de comunicación, en todos. Y lo único que pide es: “No hables de mí”. Esa es una postura muy inteligente, ni bien ni mal, no hables de mí. Es perfecto porque en el fondo no te está diciendo “tienes que decir qué bueno soy siempre”. No, no, no. O sea, éticamente está mejor: “Ni me nombres”.

<sup>8</sup> “Por ejemplo, difundir en televisión las imágenes de las peleas o de las palizas que dan los chavales en los colegios, y luego darlo por televisión, es absolutamente increíble: “Oiga, mire, usted está fomentando que eso ocurra”. ‘No, es que...’ No, es que no aporta nada. Todos nos podemos imaginar lo que es una paliza. No hace falta que usted lo muestre y sobre todo porque hay un efecto de imitación y mimetismo que usted tiene que tener en cuenta como profesional”.

<sup>9</sup> Además, la prensa rosa no tiene el objetivo de denuncia social o de función pública que rige en otros ámbitos del periodismo. Una de las consecuencias es que los límites no vienen marcados tanto por la ética como por la legalidad. Además, hay que tener en cuenta también que se trata de medios en los que su carácter empresarial se muestra de forma más desnuda y sin tapujos. Fuera del ámbito de la prensa rosa, las opiniones en lo relativo al cumplimiento de la ley tienden a ser más estrictas. Encontramos 4 comunicadores que entienden incluso la ley como un referente moral, más que como un impedimento técnico.

<sup>10</sup> No obstante, aunque es una opinión minoritaria, hemos encontrado un profesional que considera que la presunción de inocencia se debe respetar sólo desde una perspectiva judicial, pero que los medios se pueden reservar el derecho a emitir sus propios juicios. Desde este punto de vista, el derecho a la presunción de inocencia se circunscribe sólo al ámbito penal, mientras que el derecho de expresión tiene un ámbito diferenciado en los medios, y ambos deben funcionar con independencia.

<sup>11</sup> A juicio de otra entrevistada, es también en los ámbitos regional y local donde más resulta visible la influencia de los poderes económicos: “Luego está el constructor que compra periódicos para defender sus intereses en pequeñas provincias y poder construir”.